

XX Международная научно-практическая конференция «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ»
Секция 11: Дизайн и технология художественной обработки материалов

ТИПЫ ВИТРИН И ЗАКОНОМЕРНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ ИХ ПРОСТРАНСТВА

Крылова С.В.

Научный руководитель: Серяков В.А.

Томский Политехнический университет, 634050, Россия, г. Томск, пр. Ленина, 30.

E-mail: sofi97@sibmail.com

Витрины – одно из важнейших средств позиционирования бренда на рынке, а так же один из самых мощных инструментов формирования у потребителя представлений об ассортименте, качестве услуг и товаров.

Правильно подобранные и грамотно оформленные витрины способствует привлечению потенциальных потребителей, формируют имидж элитного или массового объекта потребительского интереса. Кроме того, витрины магазина могут служить косвенным инструментом ценообразования и формирования общей маркетинговой политики компании.

Целесообразность устройства витрин в магазине определено архитектурными особенностями здания, климатическими и градостроительными условиями, что является условием для определения нужной типологии и композиционной организации витрины.

В данной статье предлагается рассмотреть классификацию витрин, а так же композиционные решения и организации их пространств.

Ядром в визуальном формировании витрин, пространств торговых залов и объемно-пространственных организаций, являются семь законов композиции.

Композиция по горизонтали отражает статичность и линию горизонта, характеризуется спокойствием и уравновешенностью, а так же положительно действует на зрителя и хорошо им воспринимается.



Рис. 1. Горизонтальная композиция

Типичным образцом подобной композиции является пример оформления ювелирной витрины Mikimoto (рис. 1). Формы расположенные на подиуме внутри витрины, делят композицию на верхнюю и нижнюю. При подобной простоте форм и цвета, витрина не выглядит скучно, а гармонизация узоров на подиуме, никого не оставит равнодушными.

Композиция по вертикали, даёт визуальную динамику, при этом, зритель не задерживает взгляд на одном объекте.



Рис.2 Вертикальная композиция

Рекламная витрина Gucci (рис.2), на ней мы видим один манекен и постер логотипом. Манекен здесь создаёт вертикальную динамику всей витрины.

Композиция по диагонали отражает положительную динамику в любом формате. Главное, уметь усилить или уменьшить скорость движения в вашей витрине.

Композиция по двум пересекающимся диагоналям раскрывает встречное пересекающееся движение, которое привлекает внимание зрителя к точке пересечения.

Симметричная композиция, так же как и горизонтальная, отражает устойчивость и спокойствие постановки. В подобной композиции вертикальные и горизонтальные части располагаются вдоль центральных осей.

Асимметричная композиция акцентирует внимание на отдельном элементе, который несёт определённую смысловую нагрузку. При этом композиционные части располагаются неравномерно и со смещением.

Линейная композиция основывается на восприятии человеком объектов через простые геометрические фигуры.

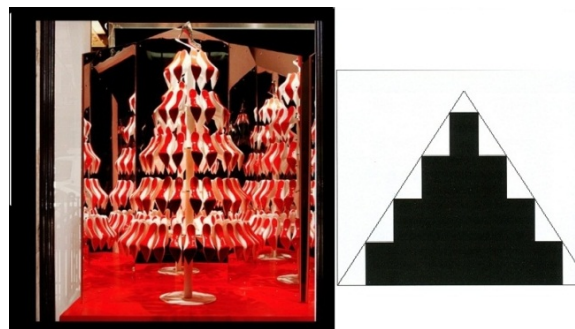


Рис.3 Линейная композиция

Образец линейной композиции вы можете увидеть на витрине парижского магазина (рис.3),

где ёлка знаменитого Кристиана Лубутена из его туфель с красной подошвой составляют пример удачной линейной организации пространства.

Исходя из видов организации пространства, витрины классифицируются по типам. Рассмотрим их.

Основным типом являются размещённые витрины на фасаде(Рис.4).



Рис.4 Множественная витрина на фасаде

Сюда можно отнести протяжённую витрину, где большие площади и свобода действия. Так же и множественная витрина, состоящая из модульной сетки, позволяет просматривать множество витрин. Так же многоэтажные и угловые витрины относятся к типу фасадных. Многоэтажное решение витрин позволяет применять нестандартное оформление и вертикальные доминанты. В то время как, угловая витрина эффективно воздействует на зрителей, и позволяет скрыть планировочные недочёты.

Следующий тип: разделение витрин по степени открытости. Существуют открытые, закрытые, и открыто-закрытые витрины. В случае, если витрина открытая (Рис.5), сквозь неё видно торговое помещение, а значит интерьер самого магазина прорабатывается очень тщательно.



Рис.5 Открытая витрина “Timberland”

В то время как закрытые витрины отображают пространство самого помещения, и

позволяют тщательнее и глубже проработать пространство витрин. В открыто-закрытых витринах пространство залов видно частично благодаря перегородкам или частично загороженной композицией.

Так же витрины классифицируются по художественному решению экспозиции. Сюда относятся товарные, сюжетные, и товарно-сюжетные витрины, а так же акционные. Основными элементами товарных витрин, являются выкладки из ассортиментов в магазине и дополняют художественным дизайном. В то время как, сюжетные витрины это работа дизайнеров, которая привлекает прохожих, при этом создаётся сцена с идеями и образами. В товарно-сюжетных витринах выставляют ассортимент магазина, прилагая к этому дизайнерское решение. В отличие от всех других типов, акционные витрины сообщают клиентам о распродаже или очередной скидке(Рис. 6).



Рис.6 Акционные витрины

Объектами исследования в данной статье являются законы организации пространств витрин, а так же их типология. Здесь, закономерности композиции формируют основы внутреннего пространства, где необходима креативность и замысел идеи. В то время как классификация витрин помогает в целом определить масштабность данного вида дизайна, и помочь быстро найти нужную область в которой вы будете создавать свою витрину.

Список литературы:

1. Художественная композиция в витринистике и композиционные закономерности [globalfashionanalytics_URL:](http://globalfashionanalytics.com/merchandizing/vitriny/58-hudozhestvennaja-kompozicija-v-vitrinistike)
<http://globalfashionanalytics.com/merchandizing/vitriny/58-hudozhestvennaja-kompozicija-v-vitrinistike>
(дата обращения -19.02.2014)
2. Морган Т. Визуальный Мерчандайзинг. Витрины и прилавки для розничной торговли, 2008г.-208с.